

# KANN MAN DAS TEXTEN VON POPSONGS LERNEN UND LEHREN? UND WENN JA, WOZU?

## EIN PRAXISBERICHT

Der Autor lebt als Dialogautor, -regisseur und Songschreiber in Berlin und ist seit 2006 Songtext-Dozent u. a. an der Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim.

### Songtexten lernen?

#### Vorurteile, Erwartungen, Ziele

Erzähle ich jemandem, dass ich SängerInnen und SongwriterInnen im Songtexten unterrichte, erlebe ich meistens zwei Arten von Reaktionen: Die einen fragen, „Kann man das lernen? Muss man Songs nicht aus dem Bauch heraus schreiben?“, die anderen erzählen, dass sie selbst auch schon lange eine Songidee hätten und sich eigentlich nur noch hinsetzen und den Song aufschreiben müssten, um damit reich und berühmt zu werden. Die erste Reaktion führt eindeutig zu interessanteren Gesprächen, da man erst dann sinnvoll über einen Text sprechen kann, wenn er geschrieben wurde, was zugleich einen (profan anmutenden, aber wichtigen) ersten Lehrinhalt darstellt.

#### „OHNE PROBEN GANZ NACH OBEN“

Zum Erscheinen meines Buchs „Songtexte schreiben“<sup>1</sup>, das erste Fachbuch in Deutschland, das sich mit einer didaktischen Systematik zu dem Thema befasst, schrieb die Zeitschrift Spex: „Natürlich ist eine solche Herangehensweise ans Texten hochgradig unsoulig und wenig dem verbreiteten Genius-Kult verhaftet“<sup>2</sup>. Diese Ansicht scheint also durchaus verbreitet. Die Erfahrung zeigt, dass man in Deutschland das Erlernen von Fähigkeiten, die im Berufsleben von PopmusikerInnen relevant sind (Songwriting, instrumentales Knowhow, die professionelle Arbeit in der Band, Karriereplanung etc.), offenbar als kontraproduktiv einschätzt. In den Medien wird in der Regel das romantische Bild des Laien idealisiert, der aus dem Kämmerchen heraus seine Befindlichkeiten besingt und sich damit in die Charts und Herzen der Menschen katapultiert („ohne Proben ganz nach oben“). Das Erzeugen und Erfinden von Popmusik und Popsongtexten müsste in diesem Sinne also ein ausschließlich intuitiver Prozess sein, den man nicht gezielt erlernen könne, dürfe, solle.

Bemerkenswerterweise ist es in anderen Kunstformen (z. B. der sogenannten ernsten Musik, der Literatur, dem dramatischen Schreiben, der bildenden Kunst) eine Selbstverständlichkeit, dass das Schaffen der Kreativen zunächst in der Zeit der Ausbildung und dann auch fortlaufend in den professionellen Kurationsphasen hinterfragt wird. Maler lernen Stilistiken kennen, um daraus (hoffentlich) irgendwann die eigene zu entwickeln. Drehbuch- und TheaterautorInnen erkunden die Grundlagen der Dramatik, mit den erprobten und für gut befundenen dramaturgischen Möglichkeiten, um mit diesen ihre eigenen Geschichten zu finden, sie immer wieder umzuformen, auf den Punkt zu bringen, sie interessanter und spannender zu erzählen. Filme werden erst produziert, wenn die AutorInnen über Jahre hinweg – fünf, zehn und mehr – sich ständig weiter entwickelnde Versionen ihres Stoffes produziert und sich immer wieder an EntscheidungsträgerInnen, Finanziers, DramaturgInnen, RegisseurInnen abgearbeitet haben.

Im Pop aber, so scheint es mir, erwartet man im Allgemeinen, dass die Songs, mit denen man sich präsentiert, möglichst ohne handwerkliches Wissen, antrainierte Fähigkeiten oder professionelle kritische Reflexion entstehen. Und das ausgerechnet in der Kunstform, die nur dann erfolgreich ist, wenn sich die KonsumentInnen auf eine extrem enge (projizierte) Beziehung zu den InterpretInnen einlassen. Man scheint davon auszugehen, dass sich KünstlerInnen besonders unverstellt und intim präsentieren. Wobei sich dieser Punkt (aus Sicht der KonsumentInnen) durchaus nachvollziehbar begründen lässt: Wenn von persönlichen Anliegen, Erfahrungen, Einstellungen, Freuden und Sorgen gesungen wird, wollen wir ‚echte‘ Menschen mit ‚echten‘ Emotionen hören und erleben. Umso erstaunlicher, dass die eher zum ‚Künstlichen‘ tendierenden Genres Volksmusik und Schlager dennoch zu den kommerziell erfolgreichsten gehören. Aber das soll uns nicht davon abhalten, den Versuch zu wagen, beides zu erreichen.

Die Ziele des Lehrprozesses bezogen auf diese Aspekte sollten deswegen sein, den Lernenden zu vermitteln,

- wie wichtig und folgenreich ihre Songtexte als direktes Kommunikationsmittel sind,
- wie sie ‚echte‘ oder ‚erfundene‘, so oder so jedoch ‚glaubhafte‘ Inhalte finden und erzählen, die authentisch wirken, interessant sind und (was mir am wichtigsten erscheint) ihre Zielgruppe emotional packen,
- wie sie diese Inhalte sprachlich so gestalten, dass ihre Zielgruppe sich angesprochen fühlt und Spaß am Zuhören hat,
- und wie sie es schaffen, dass ihre Texte trotz eventuell angewandter Kreativtechniken, Denkhilfen und handwerklicher/dramaturgischer Kniffe nicht bemüht oder konstruiert wirken.

Im Idealfall decken sich diese Lehrziele mit den Lernzielen der Studierenden und Workshop-TeilnehmerInnen. Die Bandbreite der Lernenden reicht dabei in allen Abstufungen von Anfängern, die ihre ersten eigenen Texte schreiben wollen, bis hin zu professionell ausgebildeten, erfahrenen Songschaffenden.

### **PopsängerInnen als Lernende.**

#### **Ein besonderes Profil**

Die Lehrbarkeit verschiedenster Popmusik-Kompetenzen ist an der Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim seit Entwicklung des Lehrbetriebs und der Gründung 2003 durch das Land Baden-Württemberg ein zentrales Thema. An der Popakademie werden zwei Bachelor- und seit 2011 zwei Master-Studiengänge unterrichtet, für die es regelmäßig wesentlich mehr Bewerbungen gibt als Studienplätze. Der Fachbereich Musik- und Kreativwirtschaft bietet den Bachelor Musikbusiness und den Master Music and Creative Industries an – es stehen also wirtschaftliche und organisatorische Themen im Mittelpunkt (Management, Marketing, Verwertung etc.). Im Fachbereich Populäre Musik studiert man im Bachelor Popmusikdesign (mit den Schwerpunkten Songwriting, Producing, Gesang, diverse Instrumente) und im Master Popular Music (Performing Artist, Producing / Composing Artist, Edu-

cating Artist). In diesem Fachbereich geht es im Wesentlichen um das aktive Erschaffen und/oder Vermitteln von Popmusik. Ich lehre seit 2006 an der Popakademie und arbeite dort mit SängerInnen, SongwriterInnen, InstrumentalistInnen und ProducerInnen, die einen harten Bewerbungsprozess durchlaufen haben und als sehr talentiert einzustufen sind. Sie streben überwiegend eine professionelle Karriere an und sind in diesem Kontext für Angebote zur persönlichen Weiterentwicklung meist erfreulich offen. Anregungen, die zur Erweiterung und Verbesserung ihrer künstlerischen Fähigkeiten führen können, werden häufig professionell angenommen. Dies beinhaltet das musikalische Training in allen Facetten ebenso wie kritische Diskussionen zwischen Lernenden und Lehrenden und einen (je nach Lehrinhalt und Erfahrungsstand) durchaus gleichwertigen, kollegialen Austausch auf Augenhöhe.

Insbesondere in der geschmacklichen Bewertung von Komposition und Text können eher intrinsisch veranlagte Studierende gelegentlich auch dazu neigen, ihre Ansichten als unverrückbar zu empfinden. Im Textbereich äußert sich das dann (modellhaft) in Aussagen wie „Das, was ich geschrieben habe, ist das, was ich empfinde. Wir können zwar irgendwie darüber reden, aber es bleibt danach trotzdem so stehen, wie es ist.“ Man begegnet dieser Haltung zwar selten direkt ausformuliert, spürbar ist sie als latente Ablehnung gegenüber (befürchteter) äußerer Beeinflussung hingegen gelegentlich schon. Hierfür sollten sich die Lehrenden in der Arbeit mit Popmusikschaffenden einen möglichst großen Verständnis-Puffer zulegen. Dieser dient auch dazu, Frustrationen zu vermeiden, da die ablehnende Haltung ja scheinbar die Kompetenz der Lehrenden negiert.

PopsängerInnen und SongwriterInnen sind häufig sensible, verletzbare Menschen. Sie beschäftigen sich viel mit ihren Gedanken und Emotionen, um daraus ihre

Kunst zu schöpfen. Sie stellen ihr Innerstes zur Schau (ihr Wesen, ihre Intelligenz, ihre Werte, ihre Poesie) und lassen sich von Publikum und Business dafür bewerten (also scheinbar für das, was sie ‚sind‘). Eine professionelle Abgrenzung („mein Text ist ‚nur‘ ein Text und nicht ich als Person“) gelingt nicht immer.

Der Kern des Musikgeschäftes ist das permanente Buhlen um die Sympathie der Fans (selbst bei sogenannten ‚Anti-Helden‘, die mit Rotzigkeit, Coolness und scheinbarem Desinteresse am Fan agieren). Insbesondere die SängerInnen sind sich meist schon während des Studiums des (realen oder antizipierten) Marktdrucks bewusst und häufig unsicher darin, ob ihre Gedanken, ihre Emotionen, ihre Poesie, ihr Geschmack, ihre Kunst auf dem Markt Bestand haben können. Diese Unsicherheit kann sich auch auf das Verhältnis zu den Lehrenden und der Arbeitsgruppe übertragen und in der Diskussion fremder Songs und eigener Arbeiten zu Abwehrreaktionen führen.

### **SPRACHE SIGNALISIERT UND SPIEGELT UNSER WESEN.**

Eine positive Bestätigung des Musik- und Textgeschmacks und der im Unterricht vorgestellten eigenen Texte oder der Übungsergebnisse sollte ermutigen und (sofern noch nicht vorhanden) eine sachliche, selbstkritische Haltung unterstützen. So kann beim Studieren das Vertrauen in die Lehrenden, die Gruppe und sich selbst wachsen, was die unentbehrliche Basis dafür ist, sich auf Feedback von außen und mögliche Textänderungen einzulassen. Gelingt es den Lehrenden im Laufe der Zusammenarbeit nicht, eine Vertrauensbasis herzustellen, wird sich zumindest ein Teil der Studierenden nicht auf eine ernsthafte Textdiskussion einlassen. Die Furcht beispielsweise, negativ beurteilt zu werden, verhindert eine möglichst neutrale, ergebnisoffene Betrachtung der eigenen Arbeiten. Damit erschweren es sich Studierende, ihre Texte optimal zu entwickeln, ihre Schreibkompetenzen zu analysieren und damit zu stärken.

### **Was braucht's im Text? Was lehren?**

Denkt man über die akademische, schulische oder private Vermittlung texterischer Fähigkeiten nach, sollte es Lehrenden klar sein, dass es bei Songs im Pop nicht um den Erhalt von Sprachtradition oder um das Erfüllen historisch gewachsener Formen (oder Normen) geht. Sprache signalisiert und spiegelt unser Wesen. Beim Popsong, der als emotionalisierter Ausdruck eines Lebensgefühls und Zeitgeistes verstanden werden kann, gilt dies umso mehr.

### **DER POPSONG KANN ALS EMOTIONALISIERTER AUSDRUCK EINES LEBENSGEFÜHLS UND ZEITGEISTES VERSTANDEN WERDEN.**

Eine der wesentlichen Funktionen von Popmusik ist das Stiften von Identität, also das Vorleben, Definieren, Legitimieren, Ergänzen und Abgrenzen von möglichen Rollenbildern, Persönlichkeitsmerkmalen, Lebensweisen, Werten usw. Der Konsum von Popmusik im Ganzen (also kommunizierter Inhalt plus musikalische Gestaltung der Songs plus Image der SängerInnen, z. B. ihre optische Präsentation) bietet die Möglichkeit, sich mit den KünstlerInnen zu identifizieren, sie sich als ‚Freunde‘ ins Leben zu holen.

### **Sprache, Zielgruppen, Genres, Geschmack**

HörerInnen im frühen Teenageralter z. B. tendieren zur Abgrenzung, Identitätsfindung und Solidarisierung mit dem eigenen Umfeld eher zum ‚frei‘ erscheinenden, vielleicht sogar die Eltern provozierenden Vorbild. Sprich: Sie favorisieren KünstlerInnen, die die eigenen jugendlichen Gedanken, Sorgen und Probleme teilen, die zu Jugendthemen aus unmittelbarer Erfahrung einschlägig etwas zu sagen haben, die von Erlebnissen berichten, von denen ihre Fans bisher nur träumen können, und die vielleicht auch einmal als Sprachrohr über die postulierten Gegner (Eltern, ‚Gangs‘, das System usw.) derb bis vulgär herziehen (z. B. im sogenannten Gangsta-Rap). Und glaubhaft erscheint das alles nur, wenn die KünstlerInnen einen ähnlichen Sprachgebrauch wie ihre Fans



Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim

haben und idealerweise neue, profilschaffende sprachliche Akzente setzen, auch (oder gerade) wenn diese den Eltern oder LehrerInnen der Fans nicht passen sollten.

Diese sehr junge Variante ist aber nur eine Ausrichtung von vielen. Je nach Alter, Herkunft, musikalischer Sozialisation, persönlichem Geschmack, temporärer Befindlichkeit, angestrebter Zielgruppe usw. sind auch die Songwriting-Vorbilder bei Studierenden extrem unterschiedlich. Es existieren sehr viele Genres, die sich durch unterschiedlichen Sprachgebrauch, inhaltliche Akzente, stilistische Besonderheiten etc. unterscheiden. Um nur einige Genres zu nennen: Mainstreampop, Adult Pop, Rock, Hip-Hop, Liedermacher, Singer/Songwriter, Storyteller, Folk, Americana, Schlager, Volksmusik, Chanson, Heavy Metal, Soul, Rhythm and Blues (R&B), Kids-Pop, Punk, Reggae, Blues, Country, Electro, Emo, Dance, Alternativ, Salsa, Global Music etc.

Im Textunterricht arbeite ich bewusst überwiegend mit der deutschen Sprache (Songbeispiele, Übungen). Die meisten StudentInnen sind deutschsprachig aufgewachsen. Im Unterricht sollte m. E. intuitiv mit Text umgegangen werden können (inkl. Nuancen, Subtexterfassung, kultureller Hintergründe, Klischeeerfassung etc.).

### **JEDLICHER GESCHMACK SOLLTE HINTERFRAGT, ERWEITERT UND FOKUSSIERT WERDEN.**

Es gibt beim Kreieren von Songtexten viele Kriterien, die ihre ‚Qualität‘ ausmachen können: die erzählte Story, die Dramaturgie, die vermittelte Emotion, die klangliche Wirkung (z. B. Sprachrhythmus in Bezug zur gesungenen Melodie, Phonetik), Reimeinsatz, poe-

tische Wirkung, Merkbarkeit usw. Am Beispiel Reimtechnik kann man gut erkennen, wie sich die Bewertung von Gleichklängen in der jüngeren Popmusik im Vergleich zur traditionellen Beurteilung verändert hat. Im Hip-Hop gelten End- oder Binnenreime wie z. B. „neun war ... Häuser ... Neuland“ (Sido: Bilder im Kopf, 2012) als legitim und erwünscht. Sie sind im traditionellen Sinne kaum als Reime erkennbar. Reine Endreime hingegen (*Hand / Wand, schenken / kränken*) gelten eher als un kreativ und „old-school“.

Sprachgeschmack und -gebrauch verändern sich im Laufe der Zeit. Ich halte es für selbstverständlich, dass Lehrende dies respektieren, zugleich aber die Palette der sprachlichen Möglichkeiten und das Wirkungspotenzial anderer Lösungen aufzeigen. Jeglicher Geschmack sollte hinterfragt, erweitert und fokussiert werden, um die Studierenden bei der Findung der eigenen Stilistik zu unterstützen.

### **Singe, wenn du etwas zu sagen hast**

Im Unterricht diskutieren wir häufig zunächst nicht über die sprachlichen Qualitäten eines Textes, sondern über die angesprochenen Inhalte und deren Wirkung. Worüber wird in dem Lied gesungen? Was wird damit über die SängerInnen, ihre Haltungen, Weltansicht, Werte usw. erzählt?

Ein paar Beispiele dazu:

- Bei einem Lied über ein großes Liebesleid wirkt die Metrik unorganisch und schlecht singbar. Schmälerst dies die emotionale Wirkung, weil der holprige Eindruck von der inhaltlichen Rezeption ablenkt? Oder verstärkt es sie, weil der Text weniger geschliffen und damit ehrlicher wirkt?



- Ein Song erzählt in kodierter Form, dass eine Sängerin das Leben als reine Qual empfindet und sich den Tod herbeisehnt. Redet man dann über misslungene Metaphern oder zunächst über die Situationen, die zum Schreiben solcher Songs und damit zum Denken solcher Inhalte führen? (Dies kann übrigens durchaus zu philosophischen Diskussionen, zum besseren Verständnis der eigenen Textwirkung und zur erhöhten erzählerischen Deutlichkeit führen und damit vielleicht auch zu stimmigeren Metaphern.)
- Die Kernzeile eines potenziellen Hits ist grammatikalisch falsch. Bringt man den Autor dazu, sie zu ändern? Oder akzeptiert man, dass diese Stelle möglicherweise dadurch ihre Kraft und Eingängigkeit entwickelt? (Wie z. B. bei Drafi Deutschers „Marmor, Stein und Eisen bricht“, 1965.)

Es geht in Popsongs nicht unbedingt darum, eine formvollendete, schöne, korrekte Sprache im germanistischen Sinne zu finden, sondern um Geschichten, die es sich lohnt, zu erzählen, Gedanken, die unbedingt geteilt werden wollen, Gefühlszustände, die das Leben der Zielgruppe kolorieren und ihre eigenen Befindlichkeiten auffangen und ergänzen. Manchmal gelingt es AutorInnen, kürzeste Phrasen oder nur Schlagwörter zu texten, die sich auch ohne sinnstiftende weitere Textinhalte im Zusammenspiel mit der Musik gut (mit)singen oder rufen lassen. Beispiele: „Du hast den schönsten Arsch der Welt“ (Alex C, 2007) oder noch knapper „Hyper Hyper“ (Scooter, 1994). Auch solche, einen ganzen Song ausmachenden Textfragmente sind das Ergebnis professioneller Textarbeit und sollten, um kommerziell erfolgreich zu sein, die Interessen, Einstellungen und Werte ihrer Zielgruppe abbilden.

Eine meiner Maximen, die ich versuche, den Studierenden zu vermitteln, lautet: „Inhalt geht vor Form!“ Es erscheint mir im ersten Schritt wichtiger, dass Songtexter etwas mit Leidenschaft zu erzählen haben, als die Art und Weise, wie sie dies dann künstlerisch umsetzen. Unter anderem auch, weil sich daraus die notwendige Schaffensmotivation ergibt („ich habe Lust, über dieses Thema einen Song zu erfinden“). Auch eine geschickt gewählte (nicht dem Selbstzweck dienende!) Kodierung kann als zentrales Qualitätsmerkmal eines Textes funktionieren, wenn z. B. die gewählte Allegorie

eine Erzählung generiert (Reinhard Mey: „Über den Wolken“, 1974) und/oder in eher lyrischen Texten die auszudrückende Emotion interessant und nachvollziehbar transportiert (Maxim und Judith Holofernes: „Meine Soldaten“, 2013).

In diesen optimalen Fällen erfreuen Inhalt und Form („Form folgt Inhalt“) die HörerInnen und KritikerInnen (auch: Die Fantastischen Vier: „Sie ist weg“, 1995; Peter Fox: „Haus am See“, Text: Pierre Baigorry/David Conen, 2008), was ich allerdings als idealisierte Leitvorstellung verstehe, da ich mir im Klaren darüber bin, dass in der Realität des Popmusikmarktes viele erfolgreiche Songs sich nicht durch besonders originelle, inhaltsreiche, sprachlich brillante Texte auszeichnen. Oft genügen, wie oben gezeigt, kleinste wirksame Textelemente, und selbstverständlich können auch rein kompositorische oder nur soundgestalterische Details einen erfolgreichen Song ausmachen.

Weitere Lehrinhalte:

- Textanalyse (Hinterfragung von Inhalt, Thema, Haltung, Erzählperspektive, Bezugsrahmen, Kapitelstrategie usw. ), vor allem als Arbeitshilfe zur Weiterentwicklung der eigenen Texte, Textfragmente
- Songelemente (dramaturgische Funktion, inspiratorische Wirkung)
- Songstruktur
- Kodierungsstrategien (erzählerisch, lyrisch, konkret, abstrakt)
- Versgestaltung
- Rhythmus, Metrik
- Reim
- Arbeit mit Details
- Stilmittel
- Storytelling, Dramaturgie
- Poesie
- Kreativitätsübungen (zur Ideen- und Textdetailfindung)
- Entwicklung des inhaltlichen Künstlerprofils

Da SongtexterInnen meist sehr unterschiedliche persönliche Interessen haben und sich (wie oben beschrieben) mit den unterschiedlichsten Popgenres befassen, sollten die Lehrenden mit diesen Themen flexibel umgehen, ausreichend Textbeispiele aus möglichst vielen Genres präsentieren und die Ausrichtung an die Wünsche der Gruppe anpassen können.

Entscheidend für einen dauerhaften Schreiberfolg erscheinen mir außerdem folgende (nicht unbedingt deklarierte) Unterrichtsinhalte:

- Eigenmotivation: Die Studierenden sollten erfahren, wie sie sich selbst für ihre eigenen Texte und Ideen sowie für das Schreiben generell begeistern können, wie sie sich Mut machen, Arbeitssinn stiften, energetisieren.
- Eigeninspiration: Die Studierenden sollten sich (immer wieder) dazu bringen können, neue Textideen zu finden, indem sie die Potenziale, inhaltliche, erzählstrategische Alternativen und emotionale Themen in ihren Song- und Übungstexten gezielt entdecken.

### ARBEITSSINN STIFTEN, ENERGETISIEREN

Beides ist im Unterricht direkt erlebbar, wenn es dem Lehrenden gelingt, die Studierenden (auch und gerade) in Momenten einer ‚kreativen Flaute‘ zielgerichtet zu motivieren und zu neuen Songansätzen zu inspirieren, was idealerweise direkt zu einer produktiven, energiereichen, spaßvollen Unterrichtsatmosphäre mit

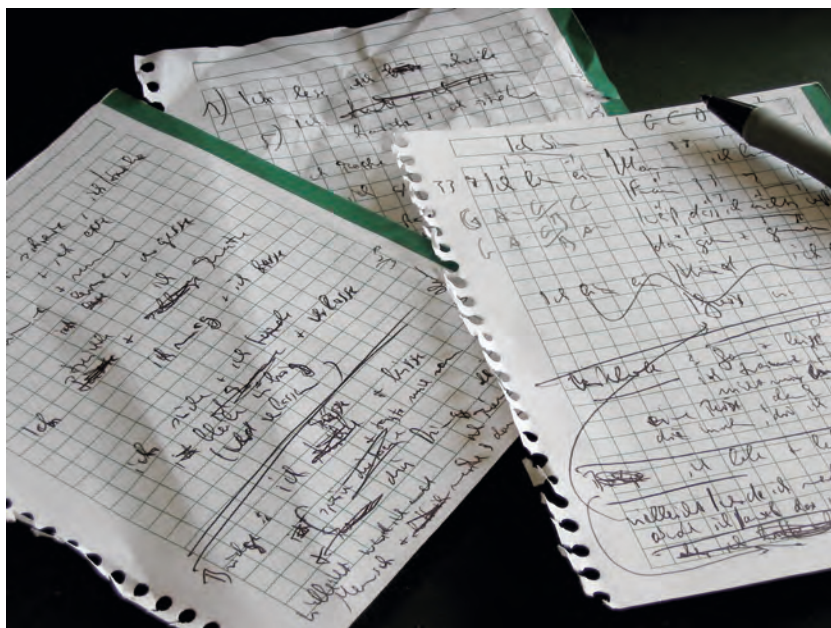
greifbaren Ergebnissen (also: neuen Texten/Textansätzen) führen kann. Machen sich die Beteiligten diesen Vorgang anschließend als nachahmbaren, aktiven Arbeitsprozess bewusst, kann dieser auch außerhalb des Unterrichts gezielt eingesetzt werden und zur Eigenaktivierung führen.

### Wozu die Mühe?

Gehen wir von der üblichen Hörsituation aus, liegt eine Besonderheit der Kunstform Songtext (im Gegensatz zur geschriebenen Lyrik) in der Verknüpfung von Text mit Musik: Melodie, Harmonien, atmosphärische Einbettung, Sound und Groove. Aus dieser Symbiose ergeben sich spezielle Wirkungen. Die Wahrnehmung wird anders emotionalisiert. Wir haben im Laufe unseres Lebens durch unsere kulturellen Erfahrungen beispielsweise viele dramaturgische und/oder musikalische Klischees verinnerlicht, deren Deutung, Zuordnung und Wertung wir beim Hören neuer Songs automatisch abrufen.

### GESCHMACK IST EIN KONSTRUKT.

Denkt man über die Bedeutung von Songtexten nach, taucht in der Regel sehr schnell die Frage auf, was denn beim Song wichtiger sei: die Musik oder der Text. Man könnte sich wunderbar stundenlang über diese Frage streiten – wäre das nicht vollkommen sinnlos. Über Erfolg und Misserfolg eines Songs (oder langfristig gesehen: der KünstlerInnen, einer Band) entscheiden die HörerInnen. Und die analysieren das, was sie hören, meist nicht explizit, sondern entscheiden oft intuitiv. Häufig können sie nicht konkret benennen, was ihnen an der Musik oder dem Text im Detail ge- oder missfällt. Es zählen der inhaltliche Bezug zur eigenen Lebenswelt und ihr Musik- und Sprachgeschmack. Wobei ich der Meinung bin, dass dieses angeblich nicht zu diskutierende Mysterium ‚Geschmack‘ lediglich ein Konstrukt ist: ein kulturelles, ästhetisches und sensorisches Bewertungssystem, das sich aus den eigenen Erfahrungen, bisherigen Lebensumständen und der sich daraus ergebenden vielfältigen persönlichen Disposition entwickelt. Geschmack ist also a) stark abhängig von der Zielgruppe und b) erlernt und deswegen veränderlich. So entstehen Moden, neue musikalische und textliche Vorlieben, die wir mit unserem Song bedienen und/oder formen können.



Erste Songnotizen des Autors  
Foto: Masen Abou-Dakn

### Text vs. Musik

Während Sänger X seinen Text als alles entscheidenden Aspekt seiner Kunst ansieht, konzentriert sich Sängerin Y ausschließlich auf die musikalische Umsetzung und hält Text nur für ein notwendiges Übel, um ihre Melodien singen zu können. Beide Extremvarianten halte ich für unprofessionell, sie führen nicht zum erwünschten (längerfristigen) kommerziellen Erfolg. Beim Songkonsum spielen viele Kriterien eine Rolle. Textende SängerInnen, Co-WriterInnen, AuftragssongwriterInnen, auch ‚nur‘ MitspielerInnen in der Band sollten im Unterricht die Bedeutung und die möglichen Wirkungen von Texten diskutieren, da diese nicht nur karriereentscheidend sein können, sondern außerdem positive Rückwirkungen auf den gesamten Schaffensprozess erzeugen (s. u.).

Eine anschauliche, kompakte und überaus treffende Antwort auf die Frage, ob die Musik wichtiger sei als der Text, gibt uns „Sophie Fisher“, die von Drew Barrymore gespielte Texterin, in der gerade für SongwriterInnen erstaunlich empfehlenswerten Filmkomödie „Music and Lyrics“. Der englische Originaltitel passt perfekt (im Gegensatz zum schmonzettigen deutschen Filmtitel „Mitten ins Herz – Ein Song für dich“). Auf den Hinweis „Lyrics are important, they’re just not as important as melody“<sup>3</sup> gibt Sophie die mir brilliant erscheinende Replik:

*A melody is like seeing someone for the first time. The physical attraction. Sex. [...] But then, as you get to know the person, that’s the lyrics, their story, who they are underneath. It’s the combination of the two, that makes it magic.*<sup>4</sup>

### Songtexte als Auslöser für kurz- und langfristige Erfolge in der Popmusik

Vereinfacht formuliert haben Bands und SängerInnen kommerziellen Erfolg im Pop, indem sie Fans gewinnen und möglichst lange an sich binden. Wie geschieht das?

Nehmen wir ein Lied positiv wahr, gefällt uns irgend- etwas daran: meist die Melodie, eine bestimmte emotionale, situative Anmutung, eine spezielle Atmosphäre, die Stimmfarbe oder eine besonders interessante textliche oder musikalische Hook (ein ‚Haken‘, der uns beim Hören packt, der auffällt, den wir nicht so schnell vergessen).

Gewinnt das Lied unsere Aufmerksamkeit, gefällt uns der musikalische Rahmen, entsteht eine positive emotionale Bindung. Wir bekommen ein Gefühl dafür, was der Song transportiert (transportieren könnte), unabhängig davon, ob wir den Text komplett verstehen, teilweise oder nur bruchstückhaft. Letzteres gilt besonders bei fremdsprachigen Texten, aber auch beim Erstkontakt mit deutschen Texten können wir in der Regel nicht alle Inhalte sofort realisieren und/oder detailliert bewerten. Bei überwiegend konkreten Texten fällt uns die Erfassung der Textbedeutung deutlich leichter als bei eher abstrakten und lyrisch kodierten sowie Texten mit poetischer Intention.

Wenn das Material gut und das damit verbundene Versprechen an die Fans<sup>5</sup> interessant genug erscheint, entwickeln wir bei jedem weiteren Hören das Bedürfnis, das positive Gefühl vertiefen und sachlich verifizieren zu wollen. Wir wollen die InterpretInnen, deren Wesen, Welt und Weltsicht besser kennen lernen. Die Studierenden sollten deswegen verinnerlichen, dass Fanbindungen entstehen, weil wir Menschen uns nach Inhalten, Bestätigung und der Komplettierung unseres Inneren (Gefühle, Gedanken, Glauben, Werte ...) sehen. Wir suchen:

- Geschichten (Wir wollen mehr Leben erleben, als unser eigenes uns bieten kann.)
- Emotionen (Wir interessieren uns nur für etwas, wenn es uns berührt, weil es nur dadurch uns selbst betrifft.)
- Kontakt (zu anderen und ‚zur Welt‘)
- Vorbilder (‚role models‘) und Lebensbegleiter (Freunde, Gleichgesinnte, Ratgeber, Zuhörer ...)
- EntertainerInnen, die zu unserer allgemeinen und/oder zeitweisen Stimmung passen, sie vertiefen oder uns von ihr ablenken.

### Was bringt also ein gelungener Songtext?

Ich denke, dass bei deutschsprachigen KünstlerInnen innerhalb der deutschsprachigen Märkte ein Großteil der Kommunikation ihres inhaltlichen Angebots (Image, Persönlichkeit etc.) direkt über die Songtexte geschieht – ob die KünstlerInnen dies wollen oder nicht. Egal, was sie singen, sie können nicht nicht kommunizieren.<sup>6</sup> D. h., alles, was SängerInnen von sich geben, erzählt etwas von ihnen und über sie. Dies ist zugleich Fluch und Chance, da die SängerInnen immer wieder bewusst entscheiden müssen, mit welchen Worten sie dies tun (wobei auch Nichtgesagtes viel erzählen kann). Der eigene Text bzw. die Auswahl eines fremden Textes und die Entscheidung, ihn zu singen, erzählt also immer etwas über die vortragende Person, was beispielsweise bei rein instrumentaler Musik weniger konkret der Fall ist. Die Studierenden müssen sich deswegen damit auseinandersetzen, welche Wirkungen ihre Texte haben können und welche Erfolge diese auslösen können und sollen:

### Karriere, Profil, Eigenmotivation

- 1) Kommerzieller (äußerer) Erfolg eines einzelnen Songs als klassische Hit-Single, aber auch im Albumkontext oder Bühnen-Programm. Angestrebt wird:
  - Das Generieren von Aufmerksamkeit in Medien und/oder in der Zielgruppe durch auffällige Inhalte (z. B. Peter Fox: „Schwarz zu Blau“, Text: Pierre Baigorry / David Conen, 2009) und/oder eine spezielle Hook (die prägnante Textzeile, z. B. Marteria: „Bis die Wolken wieder lila sind“, aus „Lila Wolken“, Text: D. u. Y. Conen / Laciny / Wesser, 2012).
  - Das Erzielen von möglichst viel Airplay (Radioeinsätze) oder Klicks im Internet, um dadurch Verkäufe zu erzielen bzw. das Publikum ins Konzert zu ziehen (z. B. Jupiter Jones: „Still“, Text: Nicholas Müller, 2011; aber auch weniger mainstreamige, populäre Songs wie z. B. Rainald Grebes „Brandenburg“, 2005, das als sehr wichtig für seine Live-Karriere gilt).
  - Die Hook wird zum Idiom (Die Fantastischen Vier: „Die da?“, 1992; Deichkind: „Leider geil“, 2012).

- Ein Text erzeugt überdurchschnittliche Publikumsbegeisterung beim Konzert (Hörer-Feedback: „Was du in diesem Lied gesungen hast, ist genau das, was ich fühle / hat mich berührt“). Hier können auch kompositorisch weniger ‚hit-orientierte‘ Songs relevant sein, ‚Zuhör-Balladen‘ etc.

### DER TEXT ERZÄHLT IMMER ETWAS ÜBER DIE VORTRAGENDE PERSON.

#### 2) Erfolgreiche Künstlerentwicklung:

- Die Texte helfen den KünstlerInnen kurz-, mittel- und langfristig, sich darzustellen. Die Bewertung und Wichtigkeit der Texte ist dabei abhängig vom Genre. Im Schlager erwarten die RezipientInnen keine kompliziert kodierte philosophischen Ergüsse, Singer / SongwriterInnen, die als ‚poetisch‘ und ‚intelligent‘ eingeschätzt werden, würden mit nichtssagenden Klischees ihre Fans verschrecken. Für die Entwicklung und Einstufung der KünstlerInnen hat Text dementsprechend eine besonders hohe Bedeutung.
- Die Zielsetzungen dieser Textwirkung können kurzfristig sein (rasches Generieren von Aufmerksamkeit, Interesse, Fans), langfristig (wachsender Zuspruch, kontinuierliche Fanbindung, ‚Freund‘ werden, künstlerische und persönliche Anerkennung in Medien und im kulturellem Kanon). So kann ein Song z. B. im Laufe der Zeit zum ‚Dauerbrenner‘, ‚Evergreen‘ werden, d. h., er wird Teil des Kulturguts (Nena: „99 Luftballons“, Text: Carlo Karges / Uwe Fahrenkrog-Petersen, 1983; Udo Jürgens: „Griechischer Wein“, Text: Michael Kunze, 1974).
- Text formt das Image (gilt ab der ersten Single), bildet die KünstlerInnen als Person ab und kategorisiert ihr Gesamtkunstwerk (das gilt dementsprechend für ihr gesamtes Repertoire), bietet ein Versprechen (ergänzend zum musikalischen) an die Fans: Was bieten die KünstlerInnen mir auf den Text bezogen? Inhalte: Was hat er/sie mir zu erzählen? Haltung: Was ist er/sie für ein Mensch? Wie denkt er/sie übers Leben? Sprachliche Qualität: Wie spricht er/sie? Wie geht er/sie mit Sprache um?





- Text erzeugt eine Gesamteinschätzung zum inhaltlichen, sprachlichen, persönlichen ‚Niveau‘ der KünstlerInnen (ergibt sich aus der Summe der o. g. Punkte).

### 3) Persönlicher (innerer) Erfolg:

- Der als gelungen wahrgenommene Songtext erzeugt Freude (an der eigenen Kreativität), Spaß (am Schreibprozess), Stolz (auf die gelungene Geschichte, die berührende Poesie).
- Die Wichtigkeit der inneren Zufriedenheit und die kraftvolle Motivation, die sich für den künstlerischen Schaffensprozess, das gesamte Studium und die weitere Karriere ergibt, wird leider häufig unterschätzt!

### Fazit

Das Texten von Popsongs ist lern- und lehrbar, wenn sich Lernende und Lehrende über die damit verbundenen Besonderheiten und die verschiedenen Lernziele im Klaren sind. Die Herausforderungen beim Unterrichten von Songtexten sind vielfältig und gehen über das reine Vermitteln von Wissen hinaus. Insbesondere der unvermeidliche, eng zu den Lehrinhalten gehörende Austausch zwischen Lehrenden und Studierenden zu den unterschiedlichsten Inhalten (Sprache, Dramaturgie, Musik, Literatur, Geschmack, Lebenshaltung, Werte, Entwicklung des künstlerischen Profils etc.) erfordert Flexibilität, Spaß an der konstruktiven Auseinandersetzung, Empathie, Engagement und ein umfangreiches Repertoirewissen. Das Ziel, die Studierenden beim Schreiben von interessanten, stimmigen, evtl. karrierefördernden, zielgruppengerechten und vor allem berührenden Texten zu unterstützen, ist eng verknüpft mit der Fähigkeit und der Bereitschaft der DozentInnen, die Lernenden zu inspirieren und zu motivieren.

### Anmerkungen

- <sup>1</sup> Abou-Dakn, Masen: Songtexte schreiben – Handwerk und Dramaturgie. Berlin: Autorenhaus 2006 (1. Auflage), 2013 (2. Auflage).
- <sup>2</sup> Pfeil, Eric: Buchbesprechung „Songtexte Schreiben – Handwerk und Dramaturgie“, in: Spex, Magazin für Popkultur, Ausgabe 08/2006.
- <sup>3</sup> Lawrence, Marc (Regie und Drehbuch): Music and Lyrics, 2007. Dt. Synchronfassung: „Die Texte sind wichtig, sie sind nur nicht so wichtig wie die Melodie.“
- <sup>4</sup> Marc Lawrence (ebd.). „Eine Melodie ist wie jemanden das erste Mal sehen, die körperliche Anziehung: Sex. Und dann, wenn man den Menschen besser kennenlernt, ist das der Text. Seine Geschichte, wer er in Wirklichkeit ist. Es ist die Kombination aus beidem, die die Magie eines Songs ausmacht.“
- <sup>5</sup> Als „Fanversprechen“ bezeichne ich im Künstlerprofil-Unterricht die durch den Text oder die InterpretInnen vermittelte Vision davon, was die HörerInnen davon hätten, wenn sie sich auf den Song und/oder die InterpretInnen einlassen, also Fan werden.
- <sup>6</sup> Frei nach Paul Watzlawicks erstem metakommunikativen Axiom.